

Evoluția comerțului în aprilie

6 iunie 2011

Volumul cifrei de afaceri în comerțul cu amănuntul a înregistrat prima scădere din anul 2011 în luna aprilie (-1.8%), semnificativă având în vedere revizuirea negativă cu 0.7% la +0.1% pentru datele din luna martie. Componenta îmbucurătoare a fost cea referitoare la vânzările de alimente, care au înregistrat prima luna fără scădere din ultimele șase luni (0%) (Fig.1). Vânzările de produse nealimentare s-au depreciat pentru prima dată în acest an (-0.7%). Astfel, datele prezintă o imagine negativă în termeni lunari și subliniază slăbiciunea consumatorilor, cu toate că România a ieșit din recesiunea la sfârșitul primului trimestru.

Situația este una similară pe datele anuale (Fig.1), unde vedem în continuare scăderi pe toate fronturile. Trebuie însă notat faptul că ritmul de scădere anual s-a temperat pentru toate categoriile, mai puțin cea a carburanților—care este deosebit de volatilă. Este îmbucurător faptul că volumul vânzării de produse nealimentare s-a depreciat cu doar 0.1% anual în aprilie, cea mai bună valoare din iunie 2010 când avansa cu 1.8%.

Această moderare ne face optimiști că am putea vedea o revenire a sectorului spre sfârșitul anului, când scăderea somajului și a inflației vor ajuta consumatorii. Venitul mediu net continuă să scadă în termeni reali în aprilie (-3.7% anual) și va fi un factor negativ până la scăderea nivelului inflației. Ritmul revenirii va fi unul modest în contextul dobânzilor bancare ridicate și a gradului de îndatorare mare, factori care limitează creșterea creditării și care îngreunează revenirea sectorului retail.

Ieșirea din recesiune va începe să atingă consumatorii cel mai probabil în al treilea trimestru, când revenirea economiei va permite managerilor să înceapă să facă investiții și să creeze locuri de muncă. Optimismul acestora este în creștere în mai conform sondajului realizat de INS privind evoluția activității economice. Astfel, managerii din industrie și servicii se așteaptă la o creștere moderată a activității în perioada mai-iulie, cu o tendință de creștere în ceea ce privește volumul vânzării cu amănuntul. Este însă îngrijorător este faptul că aceștia continuă să anticipeze creșteri ale prețurilor de vânzare în servicii, și mai ales în cazul comerțului cu amănuntul, sugerând că așteptările privind inflația nu sunt ancorate în rândul managerilor, fiind posibile astfel creșteri artificiale ale prețurilor.

Fig. 3: Comerțul în România (M/M, Y/Y)

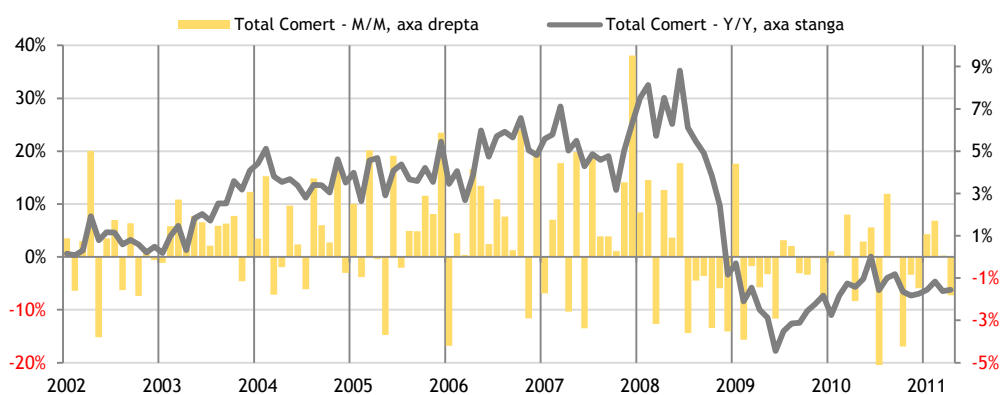
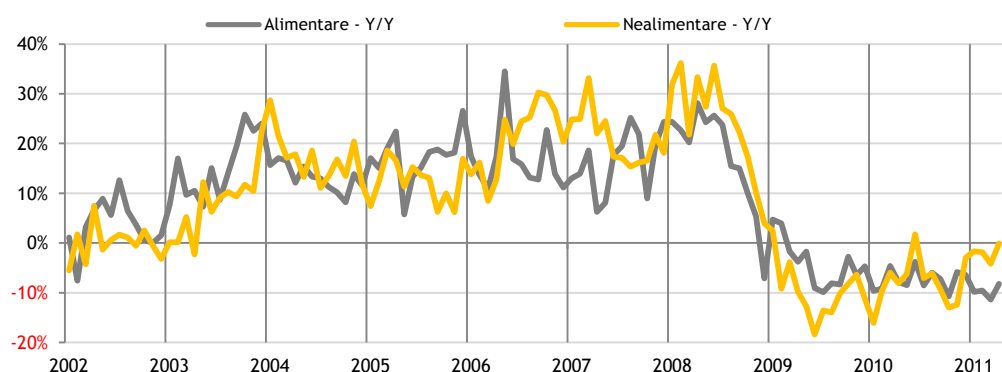


Fig. 4: Comerțul cu produs alimentare și nealimentare în România (Y/Y)



Vlad Nistor

Analist investiții
vlad.nistor@btam.ro

Toate rapoartele de analiză publicate de BT Asset Management pot fi accesate pe site-ul nostru

www.btam.ro

Fig. 1: Comerțul în România M/M, Y/Y

Aprilie 2011	M/M	Y/Y Aprilie	Y/Y Martie	T1/T1'10	T1/T4
Total comerț	-1.8%	-6.2%	-6.5%	-5.8%	0.9%
Alimentare	0.0%	-8.2%	-11.4%	-10.3%	-2.9%
Nealimentare	-0.7%	-0.1%	-4.2%	-2.6%	6.1%
Carburanți	-3.3%	-4.2%	-2.5%	-6.2%	-2.5%

Sursa: INS; date ajustate pentru sezonabilitate și numărul de zile lucrătoare

Fig. 2: Valorile evoluției comerțului M/M, Y/Y în UE

Aprilie 2011	M/M	Y/Y Aprilie	Y/Y Martie
Zona euro	-	-	-1.4%
Total comerț UE27	-	-	-1.7%
România*	-1.8%	-5.0%	-4.6%
Ungaria	-	-	-0.9%
Bulgaria	-0.2%	0.5%	1.4%
Polonia	0.4%	6.1%	-1.0%
Cehia	-	-	-0.4%

Sursa: Eurostat; datele lunare sunt ajustate pentru sezonabilitate, iar cele anuale pentru numărul de zile lucrătoare. *România: date INS, ajustate pentru numărul de zile lucrătoare și sezonabilitate.

- Inflația ridicată va influența negativ veniturile populației și implicit evoluția comerțului în 2011.